

РАЗРАБОТКА НОВОГО ПРОДУКТА И ЕГО РЕАЛИЗАЦИЯ НА РЫНКЕ

Петров Н.Н., старший преподаватель кафедры

управления качеством и конкурентоспособностью

ФГБОУ ВО «Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова»

г. Чебоксары, Московский проспект 19

Аннотация: После распада СССР руководство страны так или иначе формировало экономическую политику государства с опорой на высокие цены от реализации энергоресурсов, но время высоких цен на энергоресурсы прошло. России и её регионам в частности необходимо избрать инновационный путь развития. В статье

Разработка нового продукта и его реализация на рынке

Автор: Петров Н.Н.

12.12.2024 21:20 - Обновлено 12.12.2024 21:21

проанализирована нынешняя ситуация в области внедрения инноваций и предложены меры по дальнейшему развитию региона с помощью инновационных технологий. Также в статье предложен алгоритм создания бизнес-плана для стартапа, с дальнейшим развитием организации с мелкосерийным выпуском продукции.

Ключевые слова: Стартап, грант, краудфандинг, анализ рынка, регион.

В текущей экономической ситуации, молодые специалисты отдают большее предпочтение работы на себя, созданию своего малого производственного бизнеса. Основная проблема заключается в недостаточной информированности о работе бизнес процессов, актуальности и востребованности планируемого изделия, занятости рынка изделиями конкурентов. [1]

Для организации стартапа (производство с короткой операционной деятельностью). Необходимо пройти следующие этапы:

1. Анализ рынка
2. Первоначально финансирование (начальный капитал)
3. Изготовление прототипа (рабочего макета)
4. Основное финансирование (привлечение инвесторов)

5. Организации производства

Анализ рынка предполагает:

1. Выявление потребителей, в течение которого стартап строит гипотезы о том, как его продукт решает проблемы потенциальных клиентов.[2]
2. Верификацию потребителей, этап проверки гипотез и подготовки плана продаж, маркетинговой стратегии, поиска ранних последователей компании. В случае неудачи на этом этапе стартап возвращается к выявлению своих потребителей.
3. Привлечение потребителей после подтверждения полезности продукта компании. Стартап переходит к продажам продукта и инвестициям в маркетинг.
4. Создание компании — конечная цель стартапа, создание формальной структуры компании и бизнес-процессов для дальнейшего развития.

После анализа рынка, необходимо быстрое изготовление рабочего макета или прототипа, для привлечения инвесторов. В таком случае важную роль играет быстрота разработки и кратчайшие сроки изготовления прототипа, что в свою очередь требует наличие начального капитала.[3]

Разработка нового продукта и его реализация на рынке

Автор: Петров Н.Н.

12.12.2024 21:20 - Обновлено 12.12.2024 21:21

Одним из вариантов получения инвестиций на проект является подача заявки на грантовые программы, реализуемые в России различными фондами.

В подобных грантах в случае выигрыша, государство выделяет деньги на реализацию конечного макета продукта.[4]

Основные грантовые программы, где можно получить финансирование:

- УМНИК (размер гранта 500 тыс. руб, срок выполнения не более 24 месяца);
- Фонд президентских грантов;
- Программа «СТАРТ».

Конечный макет можно:

Разработка нового продукта и его реализация на рынке

Автор: Петров Н.Н.

12.12.2024 21:20 - Обновлено 12.12.2024 21:21

1. Запатентовать (и получать проценты, если данный патент, используется другими компаниями);
2. Продать другой компании (получить разовое денежное выплату);
3. Привлечь более крупных инвесторов и организация производства.

Еще одним вариантом для получения начальных инвестиций в проект служат краудфандинговые платформы (это платформы, где люди/компании жертвуют на поддержку идеи других людей и организаций. Известные краудфандинговые платформы:

- [Kickstarter](#) (человек публикует макет своей идеи, количество необходимых денежных средств и срок. Если к этому моменту необходимо количество денег не собрано, деньги обратно возвращаются людям, которые пожертвовали свой денежный капитал. Сама платформа берет 5% процентов, Stripe (платформа для сбора денег) ещё 3-5%);

- Planeta ru (российская площадка для краудфандинга);

Разработка нового продукта и его реализация на рынке

Автор: Петров Н.Н.

12.12.2024 21:20 - Обновлено 12.12.2024 21:21

- IndieGoGo (5 % или 9% оставлением денежных средств себе, если не набран необходимый порог).

На наш взгляд оптимальным вариантом для реализации стартапа является следующая последовательность действий:

1. Получение первоначального капитала через государственные гаранты, без привлечения кредитных организаций;
2. Реализация рабочего макета или прототипа;
3. Привлечение дополнительных средств через краудфандинговые платформы, получаешь деньги для организации серийного производства и рекламы;
4. Организация мелкосерийного производства;
5. Продвижение товара через рекламу;
6. Продажа более крупной компании.

Успехи в экономике, выраженные грамотной экономической политикой, окажут мультипликационный эффект и на другие сферы, в том числе и социальную сферу.[5] Стабильность социально-экономической сфере должна вселить в гражданах уверенность в завтрашнем дне, что в перспективе благоприятно скажется на рождаемости, а вопрос поддержания и увеличения численности населения является ключевым для нашей страны, так Российская Федерация обладает самой большой территорией в мире.

Литература

1. Кадышев, Е. Н. Оценка промышленного потенциала региона / Е. Н. Кадышев, Н. Н. Петров // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2023. – № 1(147). – С. 5-11. – DOI 10.26726/1812-7096-2023-1-5-11. – EDN DBNNML.
2. Петров, Н. Н. Методы и подходы формирования инновационной экономической политики / Н. Н. Петров // Качество и конкурентоспособность в XXI веке : материалы XVI Международной научно-практической конференции, Чебоксары, 26–27 апреля 2018 года. – Чебоксары: Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова, 2018. – С. 223-227. – EDN VQOVXU.
3. Петров, Н. Н. Формирование промышленного профиля региона на основе сценарного подхода / Н. Н. Петров // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2021. – № 1(123). – С. 85-90. – DOI 10.26726/1812-7096-2021-1-85-90. – EDN DACCLM.
4. Филиппов, З. С. Роль качества в формировании конкурентных преимуществ предприятия / З. С. Филиппов, О. А. Филиппова // Качество и конкурентоспособность В XXI веке : материалы XIX Международной научно-практической конференции, Чебоксары, 22–23 апреля 2021 года / Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова. – Чебоксары: Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова, 2021. – С. 320-324. – EDN JCFSWR.

Разработка нового продукта и его реализация на рынке

Автор: Петров Н.Н.

12.12.2024 21:20 - Обновлено 12.12.2024 21:21

5. Филиппов, З. С. Риск-менеджмент в системе управления предприятием / З. С. Филиппов, О. А. Филиппова, В. В. Ашмарин // Качество и конкурентоспособность в XXI веке : материалы XX Международной научно-практической конференции, Чебоксары, 26–27 апреля 2022 года / Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова. – Чебоксары: Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова, 2022. – С. 283-290. – EDN GWNWVV.